

## Passage aux normes IAS-IFRS et divulgation financière, contenu et déterminants

### Transition to IAS-IFRS and financial disclosure, content and determinants

**Mbarek Benddih, (Doctorant en sciences de gestion)**

*Laboratoire interdisciplinaire de recherches et d'études en management des organisations et droit de l'entreprise*

*Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales de Marrakech,  
Université Kadi Ayyad Marrakech, Maroc*

**Sidi mohamed Rigar, (Enseignant-Chercheur, PES)**

*Directeur du laboratoire interdisciplinaire de recherches et d'études en management des organisations et droit de l'entreprise*

*Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales de Marrakech,  
Université Kadi Ayyad Marrakech, Maroc*

<b>Adresse de correspondance :</b>	Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales de Marrakech Bd Al Kouliyat, Marrakech Maroc (Marrakech) 05243-03032 benddih@gmail.com
<b>Déclaration de divulgation :</b>	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.
<b>Conflit d'intérêts :</b>	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
<b>Citer cet article</b>	Benddih, M., & Rigar, S. mohamed. (2021). Passage aux normes IAS-IFRS et divulgation financière, contenu et déterminants. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 2(6-1), 166-181. <a href="https://doi.org/10.5281/zenodo.5730576">https://doi.org/10.5281/zenodo.5730576</a>
<b>Licence</b>	<b>Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND</b>

**DOI: 10.5281/zenodo.5730576**

**Received:** November 01, 2021

**Published online:** November 27, 2021

## **Passage aux normes IAS-IFRS et divulgation financière, contenu et déterminants**

### **Résumé :**

La mise en place progressive du nouveau référentiel comptable communément appelé IAS-IFRS a imposé aux sociétés concernées un effort de communication. L'objet de cette présentation est d'étudier la stratégie de la publication volontaire des groupes marocains cotés suite à l'option volontaires à la publication des informations comptables conformément au référentiel comptable international IAS-IFRS ainsi que les déterminants de cette divulgation volontaire. A cette fin, nous proposons un modèle de construction d'un score de divulgation ayant pour objet de décrire et de quantifier l'information quantitative publiée. Ensuite, en nous plaçant dans le cadre méthodologique de la théorie de l'agence, de l'asymétrie d'information, et de la théorie positive de la comptabilité, nous proposons un modèle théorique ayant pour objectif d'étudier les relations entre cet indice de divulgation volontaire et les différents déterminants de la communication financière relatives au gouvernement et aux caractéristiques internes des entreprises.

**Mots clés :** IAS-IFRS, divulgation, score de publication, asymétrie d'information, gouvernement d'entreprise

**Classification JEL :** M41

**Type de papier :** Article théorique

### **Abstract**

The gradual implementation of the new accounting framework commonly known as IAS-IFRS has imposed a communication effort on the companies concerned. The purpose of this presentation is to study the strategy of the voluntary publication of listed Moroccan groups following the voluntary option to publish accounting information in accordance with the IAS-IFRS international accounting framework as well as the determinants of this voluntary disclosure. To this end, we propose a model for constructing a disclosure score wholly aims to describe and quantify the published quantitative information. Then, by placing ourselves within the methodological framework of agency theory, information asymmetry, and positive accounting theory, we propose a theoretical model with the objective of studying the relationships between this voluntary disclosure index and the different determinants of financial communication relating to government and the internal characteristics of companies.

**Keywords:** IAS-IFRS, disclosure, publication score, information asymmetry, corporate governance

**JEL Classification:** M41

**Paper Type:** Theoretical Article

## **Introduction**

La divulgation financière est certainement l'une des thématiques les plus actuelles de la théorie financière. Elle repose sur le postulat selon lequel les dirigeants peuvent, à travers une politique d'information volontariste, diffuser au public des informations privées sur les perspectives de rendement et de croissance de l'entreprise. L'intérêt croissant porté à la communication financière et son impact sur la performance boursière des entreprises s'explique à la fois par le besoin des acteurs économiques de comprendre les déterminants du comportement des cours des actions, le souci des dirigeants de promouvoir l'image financière de leur entreprise auprès des diverses parties prenantes et la volonté des instances publiques de sécuriser le fonctionnement d'un marché difficilement contrôlable.

De point de vue financier, le développement considérable des marchés de capitaux, suite au large mouvement de privatisation, de désintermédiation du système financier et d'internationalisation des économies, suscite davantage l'intérêt des investisseurs, nationaux et internationaux, qui voient dans cette métamorphose de la scène macro-financière l'occasion d'opportunités meilleures. Toutefois, le passage à l'économie financière n'était pas sans danger aussi bien pour les entreprises que pour les investisseurs (MARCHOUD, N. (2018). L'ampleur du risque, associé aux marchés financiers, augmente et s'intensifie. Les acteurs économiques se voient dans l'obligation de disposer régulièrement d'informations financières fiables, adaptées et actualisées en vue d'améliorer la visibilité dans l'appréciation des risques.

En réponse à la demande accrue d'information, un besoin de normalisation de l'information financière se fit ressentir. Ainsi, pour protéger les marchés contre les scandales financiers, les pouvoirs publics édictent un ensemble de lois et de textes réglementaires à même de régir les obligations d'information des entreprises cotées. La réglementation de l'information comptable a pour objectif primordial d'instaurer un climat de confiance sur le marché financier, de viser la transparence de l'information publiée, d'assurer la rapidité de sa diffusion, de réduire l'asymétrie d'information et de garantir la visibilité des entreprises cotées. En outre, elle devrait fournir aux acteurs économiques un minimum d'informations dont le contenu et les modalités de publication soient normalisés.

À côté de l'information obligatoire, les managers se doivent de publier volontairement des informations à caractères financiers et non financiers, se rapportant aux différents aspects du fonctionnement de l'entreprise. Le but en est de promouvoir l'image de l'entreprise auprès de ses différents partenaires et de développer sa crédibilité et son attractivité sur des marchés de plus en plus concurrentiels. Les avantages que peut tirer une entreprise de sa stratégie de communication sont très divers : faciliter son accès à l'épargne publique, faciliter l'augmentation de son capital, entretenir son image auprès des actionnaires et des investisseurs, connaître la manière dont elle est perçue par le marché, etc. En ce sens, l'information comptable montre clairement la qualité de gestion des dirigeants et les perspectives de développement des activités de l'entreprise comme elle joue un rôle déterminant dans la construction et la promotion de son image financière. Eu égard aux autres formes de communication, la communication financière est focalisée sur l'entreprise elle-même. Elle véhicule des messages en vue d'informer et convaincre les différentes parties prenantes de la légitimité de ses activités et de ses résultats. C'est à travers cette communication que les dirigeants développent l'identité et l'image de l'entreprise voire même sa notoriété.

La normalisation de l'information financière demeure le moyen favorable pour assurer l'efficacité du fonctionnement du marché des capitaux, l'égalité des intervenants, l'équité d'accès à l'information ainsi que la clarté dans la formation des cours. Néanmoins, à côté de l'information réglementée, il est du devoir des managers d'adopter une politique de diffusion volontaire d'information dans le but d'aider les investisseurs à mieux gérer leur portefeuille de titres financiers.

L'objectif de ce travail est de présenter un modèle de construction d'un score de divulgation ayant pour objet de mesure la divulgation volontaire des sociétés marocaines cotées ayant opter pour le référentiel comptable international, et d'analyser l'interaction entre ce score et les différents déterminants de la divulgation volontaires desdites sociétés

## **1. La communication financière au Maroc : cadre théorique, définition et typologie**

### **1.1. Cadre théorique**

La communication financière consiste dans l'utilisation du langage pour exprimer des situations financières ou des stratégies d'entreprise. Elle est devenue une activité à part entière dans le monde économique. Trois théories sont développées justifiant l'intérêt accordé par les chercheurs à l'information financière.

#### **1.1.1 Divulgence et asymétrie d'information**

La première théorie, issue des travaux d'Akerlof (1970) démontre l'existence d'une asymétrie d'information, en partie souhaitée, par les parties prenantes lors d'une transaction. Par définition, l'information proposée par chaque partie à la transaction, à l'autre partie est biaisé afin d'en obtenir plus de bénéfice. Cette représentation s'appuie sur l'idée que la divulgation est une réponse à l'asymétrie informationnelle qui règne sur le marché financier, les entreprises disposant d'une information supérieure à celle des investisseurs. Cette asymétrie est dommageable pour la société dans la mesure où elle peut conduire à une élévation du coût de son financement (Healy et Palepu, 2001).

#### **1.1.2 Divulgence et théorie de l'agence.**

La seconde théorie est la théorie de l'agence. Jensen et Meckling (1976) considèrent que les actionnaires acceptent de délivrer un mandat de gestion aux dirigeants en échange d'une transparence de leurs actes et de leurs performances. Toutefois, ces derniers peuvent privilégier leurs propres intérêts au détriment de ceux des autres parties prenantes. Ils peuvent être amenés à dissimuler les aspects défavorables de leur politique à travers le rapport annuel. Ce comportement opportuniste se traduit par l'émergence de trois coûts: coûts de contrôle, coûts de dédouanements et coûts résiduels. La publication financière est un moyen efficace pour surveiller les managers.

#### **1.1.3 Divulgence et théorie positive de la comptabilité**

La troisième théorie est la théorie positive de la comptabilité (Watts et Zimmerman 1986, 1990). Selon ce champ théorique, les documents comptables publiés, loin d'être synonymes de transparence, peuvent être l'objet de manipulations non frauduleuses. Ils conduisent à biaiser l'opinion des investisseurs.

Ces trois théories sont à la base de la recherche en matière de publication d'information financière.

### **1.2. Définition :**

De nombreux auteurs ont tenté de définir cette notion. Selon Gibbins et al (1990), la publication financière peut être définie « comme étant toute communication délibérée d'informations financières, quantitatives ou qualitatives, obligatoires ou volontaires véhiculées par des supports formels ou informels ».

Pour De Teyssier (1998), elle est définie comme un exercice qui participe au dynamisme de la relation entre l'entreprise et ses différents publics (acteurs ou communauté financière) : la création, le développement et le renforcement des liens de l'entreprise avec ses environnements capitalistique, économique et financier sont visés.

Cependant les travaux de Robert De Bruin (1999) définissent la communication financière comme « toute activité d'information financière et de promotion de l'image financière de l'entreprise ».

Selon Delerck et Martinz (2004), la communication financière se distingue par son objectif qui correspond à la satisfaction des enjeux stratégiques et par la nature des informations communiquées au marché.

Selon Onnée et Chekkar (2006), la définition de la communication financière intègre une dimension stratégique. Ces auteurs précisent que la communication financière est un processus intégré dans la stratégie qui vise à mieux faire connaître l'entreprise et ses dirigeants, promouvoir son image et exprimer ses valeurs auprès des investisseurs et autres parties prenantes, en développant des outils de communication qui permettent d'entretenir avec eux des relations à long terme.

Selon Nejjar (2011) la communication financière est définie comme un système cohérent organisé et finalisé d'échanges de flux d'informations financières et extra financières entre l'entreprise, à travers ses porte-paroles et ses parties prenantes, par le biais d'outils de plus en plus sophistiqués pour la transparence, la continuité et la réactivité de son discours.

Sur la base de la lecture de ces définitions, il apparaît que la communication financière a connu une évolution considérable. Elle est passée d'une simple publicité financière vers une vraie stratégie de communication financière regroupant l'ensemble des informations financières et s'adressant à tous les partenaires de l'entreprise. A la lumière de cette évolution, il n'est pas suffisant pour l'entreprise d'être connue, vue et lue. Mais il est nécessaire d'être plus crédible en instaurant une communication de confiance entre elle et un public de plus en plus exigeant.

### **1.3. Typologies de la communication financière**

Deux types de publication sont distingués : les publications réglementées dites obligatoires et les communications non réglementées (volontaires).

#### **1.3.1. Les publications obligatoires**

La comptabilité est un instrument d'information des associés, des épargnants des salariés et des tiers en général. La protection de leurs intérêts est recherchée par le législateur. A cet égard, ce dernier impose aux entreprises de publier un minimum d'informations sur leur situation financière. On distingue les informations occasionnelles et les informations permanentes, les informations spéciales pour les sociétés faisant appel public à l'épargne et les informations pro forma.

##### **- Informations occasionnelles (Art 141 loi 17-95) :**

Les informations occasionnelles sont celles qui doivent être mises à la disposition des actionnaires préalablement à la tenue d'une assemblée. En effet, pour la tenue de l'assemblée générale ordinaire (AGO), l'actionnaire dans un délai de 15 jours avant la réunion, peut solliciter certaines informations ou consulter divers documents (Art 141 loi 17-95) à savoir : l'ordre du jour de l'assemblée, le projet du texte des résolutions, la liste des administrateurs, l'inventaire, les états de synthèse de l'exercice écoulé, le rapport de gestion, le rapport du commissaire aux comptes (CAC) soumis à l'assemblée, le projet de l'affectation des résultats....

À défaut d'obtenir ces informations (en cas de refus de communication de ces informations), l'actionnaire peut demander au président du tribunal, statuant en référé, d'ordonner sous astreinte leur communication.

##### **- Informations permanentes (Art 146 loi 17-95) :**

Tout actionnaire peut, à toute époque, consulter les documents listés par l'article 141, ainsi que pour les trois derniers exercices, procès-verbaux et feuilles de présence des AG.

**- Informations spéciales pour les sociétés faisant appel public à l'épargne (APE) :**

Selon les articles 16, 17 et 18 du dahir portant loi n° 1-93-212, un droit d'information supplémentaire est prévu au niveau de la loi boursière.

Les sociétés faisant APE doivent dans les 20 jours qui suivent la tenue de l'AGO, publier dans un journal d'annonces légales (JAL), les états de synthèse et le résumé du rapport du ou des CAC. En outre, ces sociétés ont une obligation semestrielle de publier dans un JAL, le chiffre d'affaires semestriel et la situation provisoire du semestre.

En application des dispositions de l'article 16-2 du dahir précité, les émetteurs d'obligations ou d'autres titres de créances, ainsi que ceux dont les titres sont inscrits au premier compartiment de la Bourse des valeurs, et qui contrôlent une ou plusieurs sociétés au sens de l'article 144 de la loi n° 17-95 relative aux sociétés anonymes, telles que modifiée et complétée, doivent établir et procéder à la publication des états de synthèse consolidés dans les mêmes délais que les comptes sociaux.

Ainsi, les entreprises cotées au Maroc sont tenues de publier semestriellement les états de synthèse de l'exercice écoulé, le rapport de gestion ainsi que le rapport du ou des CAC.

Pour les banques, la réglementation prévoit la communication suivant une cadence trimestrielle. En effet, l'article 7 de la circulaire N°4/W/16 du 10 juin 2016 stipule que « les établissements de crédit dont le total bilan dépasse 30 milliards de dirhams sont tenus de publier, dans un journal d'annonces légales et sur leur site internet leurs états de synthèse individuels arrêtés à fin mars et fin septembre de chaque exercice comptable ». Selon l'article 8 de la même circulaire, la publication trimestrielle concerne également le bilan et le compte de résultat consolidés.

Il en est de même pour les groupes cotés sur un marché réglementé de l'UE soumis aux normes IFRS ou les groupes qui optent pour l'application de ces normes. La multi cotation soumet l'entreprise à plusieurs réglementations en matière d'informations financières et conduit à l'augmentation du niveau et de la fréquence de publication financière.

Au Maroc, la publication des informations trimestrielles reste donc une exception. Alors que la diffusion des résultats trimestriels contribue à la réduction des incertitudes du marché et à l'amélioration de la fréquence et de la qualité des informations financières.

**- Informations pro forma :**

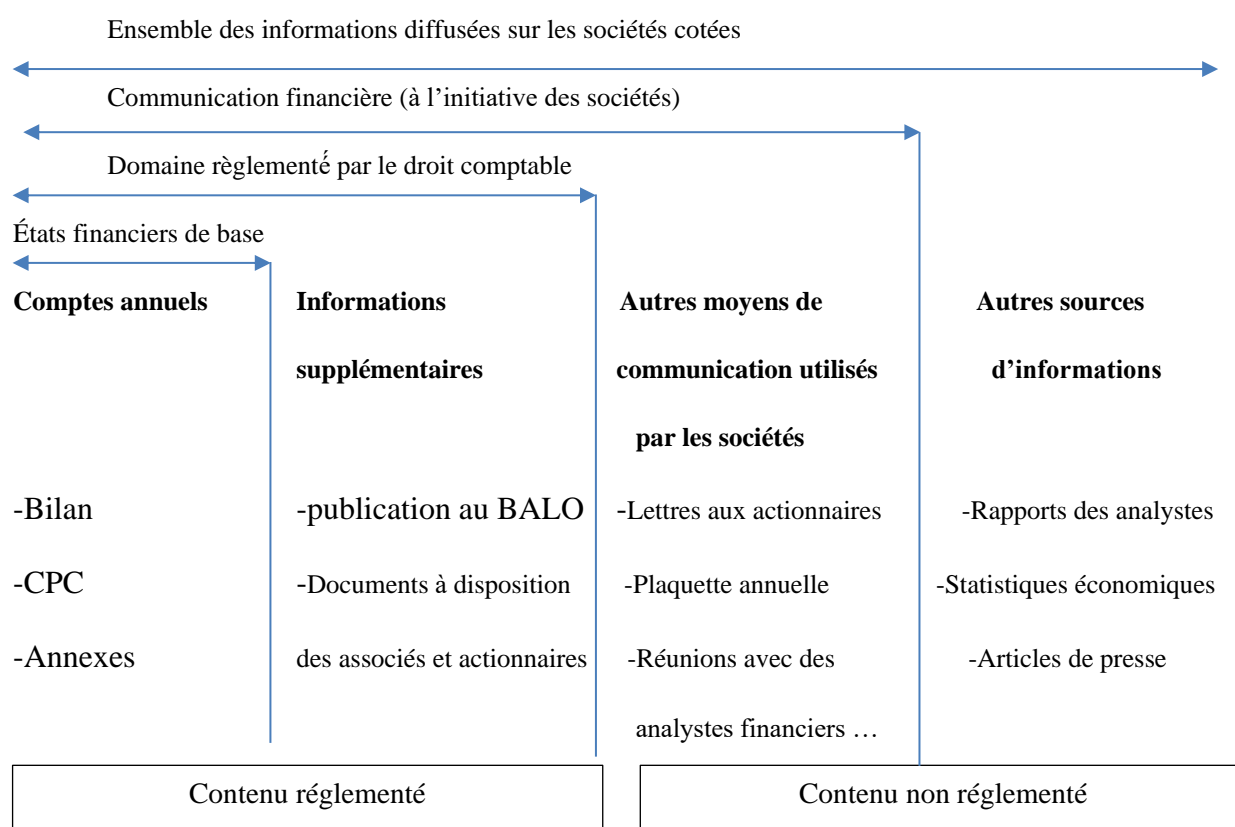
L'information pro forma consiste à présenter les comptes d'un exercice antérieur en tenant compte d'un événement survenu, en réalité, l'exercice suivant. Cette simulation permet la comparabilité des comptes de l'exercice antérieur directement avec ceux de l'exercice suivant et en facilite la compréhension. L'événement concerne en général, un changement significatif du périmètre de consolidation (acquisition ou cession de société, fusion...) ou un changement de méthode d'évaluation ou de comptabilisation. Selon l'article III-2-2 de la circulaire du CDVM8 « en cas de changement significatif dans la physionomie d'un émetteur ou de son périmètre, une information pro forma doit être établie pour assurer la comparabilité des comptes historiques. L'information pro forma est fournie pour la dernière période couverte par les états financiers publiés comme si le changement de périmètre était intervenu à l'ouverture de la période ». Elle doit figurer dans l'état des informations complémentaires.

Ce sont alors les obligations de publication issues des textes de lois et des règlements qui présentent un caractère obligatoire et permettent de distinguer entre informations volontaires et informations obligatoires.

Les textes à caractère incitatif comme les recommandations ou les normes internationales ne présentent pas un caractère obligatoire et peuvent être à l'origine de pratiques volontaires.



**Figure 1 : Les informations disponibles sur les sociétés cotées (d'après le FASB)**



*Source : Auteurs*

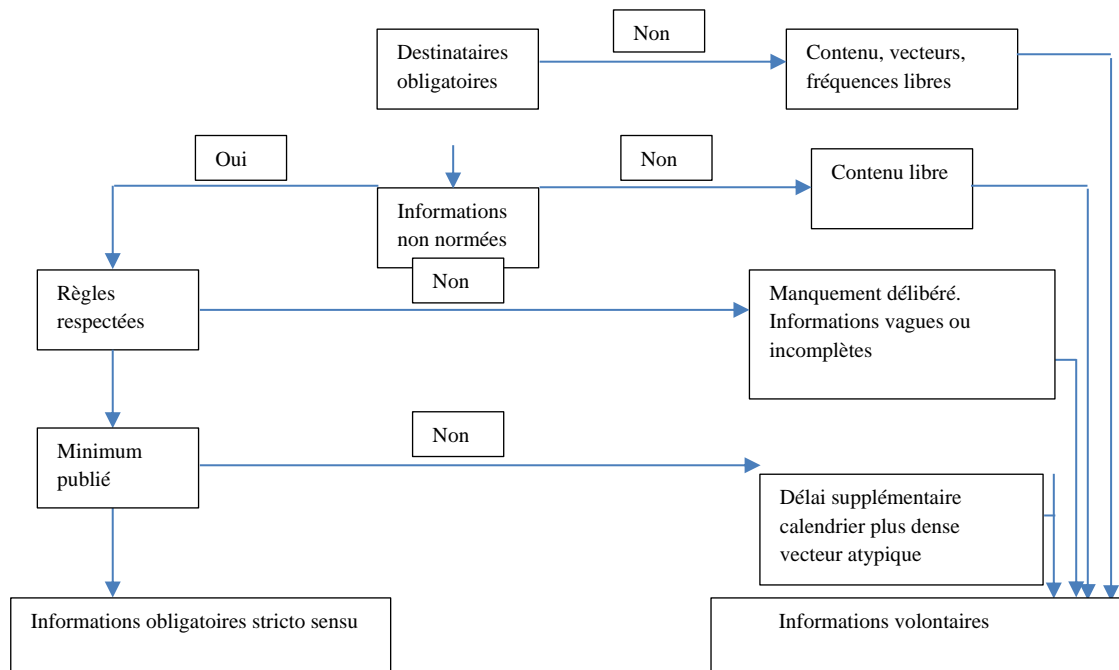
Ainsi plusieurs éléments caractérisent les diffusions d'information comptable et financière, on distingue entre l'émetteur ( la société ), le destinataire ( les parties prenantes ), le référentiel (CGNC,IFRS, USGAAP...), le contenu combinant un format (compte résultat par nature ou par destination...) et un objet de communication (résultat économique, prévisions de développement...), l'occurrence (publication annuelle, semestrielle ou occasionnelle) et le vecteur (support papier ou site Internet pour les rapports annuels).

### 1.3.2. Les publications non normées (volontaires)

Dans la pratique, le cadre légal et réglementaire en matière de publication est dépassé par les sociétés. Les dirigeants procèdent à la diffusion des informations facultatives pour compléter et améliorer l'image comptable de leur société. L'information volontaire peut être définie de manière simple et par comparaison avec les informations obligatoires. Selon F Pourtier (2004), « Tout ce qui n'est pas normé ou obligatoire est donc volontaire ». Il est donc possible de savoir où commence le champ discrétionnaire des dirigeants et non de le délimiter. De ce fait, si la liste des informations obligatoires est finie, celle des informations non obligatoires est infinie.

Par comparaison aux informations dites « obligatoires », l'identification des éléments « volontaires » peut être réalisée selon la séquence suivante qui reprend les critères énoncés ci-dessous :

**Figure 2 : Distinction informations obligatoires et informations volontaires**



Source : Auteurs

Il ressort que lorsque la cible de la diffusion n'est pas un destinataire obligatoire, comme les actionnaires ou l'administration fiscale, l'information est totalement volontaire, quels que soient le contenu et les vecteurs. C'est le cas des publications diffusées dans la presse financière ou sur les sites Internet et touchant un public très large.

La publication est également volontaire lorsque le contenu publié pour des destinataires obligatoires n'est pas normé. C'est le cas de la diffusion assez large des résultats opérationnels, ou celle plus occasionnelle, des résultats pro forma par les grands groupes.

Les absences d'informations obligatoires se traduisent par une information volontaire. Pourtier précise dans ce sens que « c'est l'absence qui devient un acte volontaire comme la diffusion discrétionnaire peut l'être ». Il en est ainsi pour l'absence des informations sectorielles, assez courantes, même pour les groupes concernés qui connaissent, tout de même, une certaine diversification des activités.

Enfin, les informations sont clairement volontaires lorsqu'elles respectent les contraintes légales (destinataires, vecteurs, délai, contenu), mais sont plus détaillées que le minimum requis. Dans ce sens, on peut citer, par exemple, les prévisions de résultat.

Deux composants forment alors la politique d'information du dirigeant. La première jugée incompressible et figée par le droit, découle des obligations légales de publication. La seconde composante est considérée comme un espace de liberté et une marge de manœuvre dont jouit le comptable de l'entreprise. Ainsi la politique comptable, s'inscrit non seulement dans une logique d'optimisation des choix comptables, mais aussi de communication financière.

## 2. La construction d'un indice de divulgation

### 2.1 La notion d'indice de divulgation

L'étude des caractéristiques de divulgation s'appuie sur l'élaboration d'un indice de divulgation. Pour ce qui concerne les rapports annuels, la grille la plus connue est celle de Botosan (1997). Cette grille est construite en comptant les informations de nature qualitatives et quantitatives émises (Ben Amar et Zéghal, 2006). L'objectif est de disposer d'un score global



lui-même élaboré par sommation de scores partiels. Ce score global apparaît comme une note indiquant la quantité de l'information divulguée.

## **2.2 Les scores de publication : Aspects méthodologiques**

L'objet de la présente section est de présenter la méthodologie des scores de publication ainsi que les différentes étapes inhérentes au calcul d'un score de publication d'informations.

### **2.2.1. La méthodologie des scores de publication stricto sensu**

Selon Holland (1998), le contenu de l'information peut différer selon le support de communication utilisé. Au regard des études antérieures et de la littérature relative aux divulgations volontaires émises par les sociétés, le rapport annuel demeure l'instrument fondamental de mesure de cette information volontaire. Il convient cependant de préciser que de plus en plus des études internationales s'intéressent aux révélations effectuées par les sociétés cotées sur le réseau Internet et plus précisément sur leur site Internet. Ainsi, Trabelsi, Labelle et Dumontier (2008), ont cherché à étudier les déterminants et les conséquences des publications réalisées sur les sites Internet de 108 firmes canadiennes ; publications par définition considérées comme volontaires. Les résultats de leur étude confirment le fait que les publications volontaires réalisées sur les sites Internet constituent l'un des composants de l'activité globale de publication des firmes. En outre, les chercheurs précités confirment la relation en vertu de laquelle les publications volontaires réalisées sur les sites Internet des entités considérées génèrent une moindre dispersion des prévisions de BPA des analystes financiers et une précision des prévisions de BPA des analystes financiers accrue.

La démarche mise en œuvre lors de la constitution d'un score de publication volontaire consiste à identifier en fonction du droit, des normes comptables mais également des règlements une série d'items dits « facultatifs », c'est-à-dire, dont la publication n'est pas expressément requise par la réglementation. Une fois la liste d'informations volontaires établie, le chercheur sera alors en mesure de confronter cette dernière aux différents rapports annuels qu'il aura choisi d'analyser. L'analyse de contenu ainsi mise en œuvre permettra au chercheur de procéder au calcul d'un score de publication volontaire. Il convient de préciser que ce score de publication volontaire est considéré par la littérature certes comme un score de quantité (Cooke, 1989 ; Barrett, 1976 ; Depoers, 2000) en ce sens qu'il permet d'établir une mesure du niveau de publication volontaire des entités étudiées, mais également comme un score de qualité de l'information volontaire publiée (Cerf, 1961 ; Singhvi et Desai, 1971 ; Lang et Lundholm, 1993). Cette dernière assertion ne nous semble pas opportune puisque nous considérons qu'une firme publiant plus d'informations, ne publie alors pas forcément une information de meilleure qualité.

Le score de publication volontaire présente ainsi une double vocation en ce sens qu'il permet tout à la fois de mesurer la qualité de l'information volontaire, mais également l'étendue de la diffusion d'information volontaire.

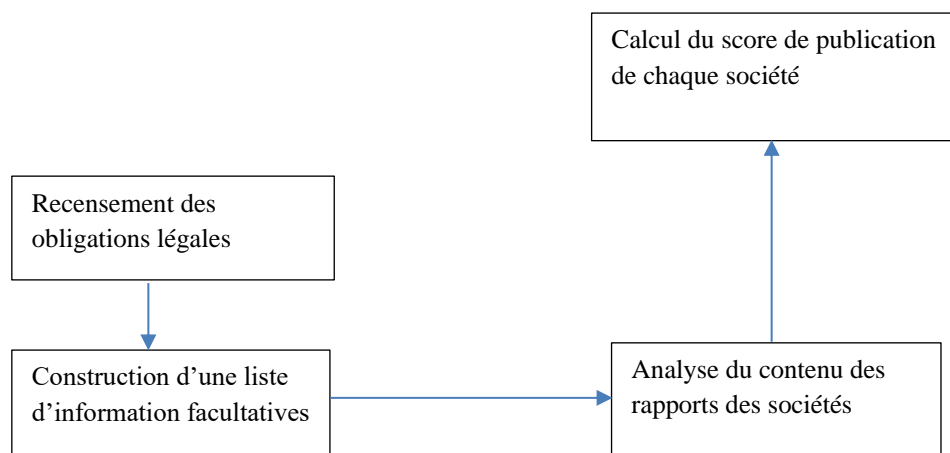
L'étude que nous proposons de mettre en œuvre concerne l'analyse des stratégies de publication volontaire des sociétés marocaines cotées ayant opté pour le référentiel comptable international au cours des années antérieure et postérieure à la transition. Le choix de cette période d'étude se justifie par le fait que nous avons choisi d'observer la stratégie de communication financière des sociétés en période pré/post IFRS. La recherche ainsi menée porte sur l'analyse du contenu des rapports annuels ou documents de référence.

L'illustration des différentes étapes nécessaires au calcul du score de publication volontaire est présentée ci-dessous.

La littérature ayant trait à la publication d'informations volontaires et au calcul de tels indices nous renseigne sur la difficulté liée à l'étape de la constitution de la liste d'items facultatifs. Pour ce faire, les chercheurs ont selon les cas, soit construit eux-mêmes leur grille d'items facultatifs, soit utilisé des listes déjà présentes au sein de la littérature. Les normes IAS-IFRS

étant instigatrices d'un nouvel environnement informationnel, nous avons choisi de ne pas utiliser strictement les listes développées antérieurement, dans la mesure où nous considérons que ces dernières ont été élaborées en fonction d'un cadre légal, réglementaire et normatif distinct de celui institué par le référentiel IFRS. Nous proposons donc plutôt de procéder à la construction de notre propre grille d'items facultatifs adaptée au contexte informationnel IAS-IFRS.

**Figure 3 : Étapes de construction du score de publication volontaire**



*Source : Depoers F. (1999), « Contribution à l'analyse des déterminants de l'offre volontaire d'information des sociétés cotées », thèse de sciences de gestion, Université Paris IX Dauphine*

### 2.2.2. Constitution de la liste d'items facultatifs

L'élaboration de la liste des items facultatifs à laquelle seront confrontés les rapports annuels des sociétés de notre échantillon est considérée par la littérature comme l'étape la plus délicate du processus de construction du score de publication. Aussi, afin de procéder à la construction de notre liste d'items facultatifs en contexte informationnel IAS-IFRS, nous avons choisi dans un premier temps de recenser l'ensemble des listes utilisées dans la littérature à l'exclusion des listes élaborées en Amérique du Nord.

Les listes antérieures développées par la littérature et sur lesquelles nous avons fondé la constitution de notre propre liste sont présentées au sein du tableau 1.

**Tableau 1. Détail des listes d'items facultatifs utilisés dans la littérature**

Auteurs	Année	Pays	Nombre d'items étudiés
Chau et Gray Myburgh	2002	Hong-Kong	116
Depoers	2001	Afrique du Sud	49
Hossain, Perera, Rahman	2000	France	65
Raffournier Cooke Chow, Wong- Boren	1995	Nouvelle- Zélande	95
Chau et Gray Myburgh	1995	Suisse	30
Depoers	1989	Suède	146
Hossain, Perera, Rahman	1987	Mexique	24

*Source : Auteurs*

Une fois les listes d'items de publication volontaire hors contexte nord-américain identifiées, nous avons retenu le critère de sélection suivant pour chaque item de la liste : en effet, conformément à la littérature (Mc Nally, Eng et Hasseldine, 1982), un item de publication volontaire est retenu dès lors que celui-ci apparaît au sein d'au moins deux listes. Toutefois, les listes présentées au sein du tableau 1 ayant été développées dans des contextes informationnels distincts du contexte informationnel IAS-IFRS, il nous a semblé opportun de considérer les items ainsi retenus, un à un et de vérifier si conformément au référentiel IAS-IFRS, il était possible de les qualifier d'items de publication volontaire. Pour ce faire, nous avons utilisé comme support de vérification le site Internet FOCUSIFRS, disponible à l'adresse [www.focusifrs.com](http://www.focusifrs.com). Ce dernier a été créé conjointement par le conseil supérieur de l'ordre des experts comptables et la compagnie nationale des commissaires aux comptes et recense l'ensemble des textes relatifs aux normes IFRS.

### **3 .Les déterminants de la divulgation financière**

L'analyse théorique relative aux déterminants de la communication financière des entreprises sur la base de la théorie d'agence, de l'asymétrie de l'information et de la théorie positive de la comptabilité nous a permis de constater que les mécanismes de gouvernement sont les variables explicatives de la communication financière, toutefois les recherches empiriques sur le sujet, ont montré également que les caractéristiques internes des entreprises peuvent également expliquer la communication volontaire, nous avons décidé ainsi de les retenir comme des variable de contrôle pour notre modèle de recherche .

#### **3.1. Les publications volontaires et les mécanismes de gouvernement d'entreprise**

Défini par Charreaux comme « *l'ensemble des mécanismes organisationnels qui ont pour effet de délimiter les pouvoirs et d'influencer les décisions des dirigeants, autrement dit, qui gouvernent leur conduite et définissent leur espace discrétionnaire* », le gouvernement des entreprises a pour principal objectif la maximisation de la création de valeur en réduisant les conflits d'agence, notamment grâce à une meilleure surveillance.

En théorie, l'impact des mécanismes de contrôle internes sur les publications d'informations financières peut être complémentaire ou substitutif. Si l'impact est complémentaire, la théorie d'agence prédit implicitement que l'introduction de mécanismes de contrôle supplémentaires devra consolider le contrôle interne des dirigeants et améliorer le niveau et la qualité des informations publiées. Si la relation est substitutive, les entreprises auront tendance à limiter la publication d'informations additionnelles. Les mécanismes préalablement mis en place devront assurer le contrôle efficace des dirigeants. La présente étude reposera sur l'hypothèse de complémentarité. Les dirigeants et propriétaires des entreprises marocaines sont susceptibles de transmettre volontairement au marché des informations financières, même en présence de mécanismes de contrôle efficaces, afin de renforcer la crédibilité de leur système de gouvernance sur le marché.

##### **3.1.1. Publication volontaire et structure de propriété**

Le développement des entreprises modernes s'est traduit par une dissociation entre les détenteurs du capital (les actionnaires) et les dirigeants, et a abouti, par conséquent, à une séparation entre les fonctions de propriété et de décision. Jensen et Meckling (1976) considèrent que le contrat qui lie les actionnaires aux dirigeants est à l'origine de la théorie de l'agence. Puisque les actionnaires n'ont pas de contrôle direct sur la gestion de l'entreprise, il est facile aux dirigeants de prendre des mesures pour favoriser leurs propres intérêts au détriment de ceux des actionnaires. Ce comportement opportuniste du dirigeant se traduit pour les actionnaires par des coûts d'agence.

Les entreprises dont le capital est dispersé dans le public n'ont pas la capacité de contrôler la performance du dirigeant ; l'information est distribuée de façon asymétrique. En effet, les

dirigeants raisonnent en court terme et sont susceptibles d'exploiter à leur profit les bénéfices privés. Afin de contrôler ce comportement opportuniste, les actionnaires exigeront une information régulière de la part du dirigeant. Chau et Gray (2002) montrent que les publications volontaires sont positivement liées à la dispersion de l'actionnariat. Plus le capital devient dispersé dans le public, plus la demande en information sera considérable. Ceci se traduit par une information additionnelle sur le marché. Toutefois, la concentration du capital peut représenter une menace d'expropriation de l'intérêt des actionnaires minoritaires par les majoritaires. D'après ces auteurs, les entreprises à Hong Kong et à Singapour sont souvent contrôlées par un groupe familial, ce qui peut induire une demande assez faible d'information, l'actionnaire principal possédant déjà l'information.

Lorsque le capital est concentré dans les mains de quelques actionnaires, les coûts d'agence résultent de la présence de conflits d'intérêts entre les actionnaires majoritaires et minoritaires. Les intérêts de ces derniers seront lésés, et les dirigeants seront amenés à publier moins d'informations facultatives (Ho et Wong 2001). Nous émettons ainsi notre première hypothèse: ***H<sub>1</sub> : Il existe une relation négative entre la concentration de la propriété et du vote et la publication volontaire des entreprises***

### **3.1.2. Publication volontaire et caractéristiques du conseil d'administration**

Le gouvernement d'entreprise recouvre l'ensemble des mécanismes qui ont pour effet de délimiter les pouvoirs et d'influencer les décisions des dirigeants. Parmi ces mécanismes, nous retrouvons les caractéristiques du conseil d'administration à savoir : la taille, la composition et la présence d'une structure moniste dans le conseil. Plusieurs études, dont celle de Fama (1980), convergent pour dire que certaines caractéristiques du conseil d'administration constituent des mécanismes efficaces de contrôle interne des dirigeants. La question qui se pose est de savoir comment ces caractéristiques peuvent contraindre les dirigeants à agir conformément aux attentes des actionnaires en émettant régulièrement des informations financières.

#### ***La proportion des administrateurs externes :***

Leftwich et al. (1981) affirment que la présence de plus en plus renforcée des administrateurs externes conduit à un contrôle plus efficace des dirigeants. Forker (1992) a montré qu'une grande proportion d'administrateurs externes dans le conseil améliore le contrôle et augmente la qualité des publications de l'entreprise. Fama et Jensen (1983) préconisent « l'externalité » pour réduire la probabilité d'entente avec les dirigeants, d'où une protection plus efficace des intérêts des actionnaires.

Par ailleurs, Baysinger et Butler (1985) ont émis la prédiction selon laquelle la présence d'administrateurs externes dans le conseil permet de mieux répondre aux objectifs des actionnaires. Les administrateurs externes pèsent plus favorablement sur les décisions des dirigeants que les administrateurs internes. Nous pouvons affirmer par conséquent que les dirigeants seraient plus contraints à informer régulièrement le marché.

***H<sub>2</sub> : Il existe une relation positive entre la proportion des administrateurs externes et la publication volontaire des entreprises***

#### ***La structure moniste dans le conseil :***

Les entreprises dans lesquelles une même personne cumule les fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration sont considérées comme ayant des structures monistes dans le conseil. Forker (1992) montre que cette personne présente une menace pour la qualité des informations publiées. D'après Fama et Jensen (1983), lorsqu'un seul individu cumule les fonctions de direction générale et de présidence du conseil, le contrôle managérial est menacé. Elle est, en effet, plus alignée avec la direction qu'avec les actionnaires.

Au Maroc, La présidence de la direction générale d'une société peut être assumée soit par le président du conseil d'administration, soit par une personne nommée par ce dernier. Cette

dualité de structure dans le conseil est de nature à améliorer le contrôle interne des dirigeants et la protection des intérêts des actionnaires. Elle aura, de ce fait, des conséquences favorables sur la décision d'information du marché.

***H3 : Il existe une relation négative entre la présence d'une structure moniste et la publication volontaire des entreprises.***

#### ***La taille du conseil :***

La relation entre la taille du conseil d'administration et la décision de publication volontaire n'a été étudiée en littérature que par Ho et Wong (2001). Les auteurs trouvent, cependant, une relation non significative entre la taille du conseil et la publication volontaire. L'étude réalisée par Zahra et Stanton (1988) a prouvé l'existence d'une relation négative entre la taille du conseil et la performance de l'entreprise. Les auteurs déduisent qu'un nombre important d'administrateurs perturbe le dirigeant et réduit son pouvoir. Plusieurs autres études montrent que la taille du conseil influence négativement le contrôle des dirigeants. Le conseil de grande taille est à l'origine d'un risque de désaccord et d'un manque de cohésion. En outre, Ginglinger (2002) suggère que la présence de nombreux administrateurs dans le conseil amplifie les conflits entre les administrateurs et accroît l'existence de passagers clandestins.

Nous déduisons que dans la mesure où la taille est faible, le contrôle est plus efficace, et les dirigeants agissent dans l'intérêt des actionnaires. L'effet favorable sur le contrôle des dirigeants entraîne une influence positive sur la politique informationnelle de l'entreprise.

***H4 : Il existe une relation négative entre la taille du conseil d'administration et la publication volontaire des entreprises***

### **3.1.3. Publication volontaire et présence de plans de stock-options**

La mise en place de plans de stock-options visant à orienter les actions du dirigeant vers un objectif conforme à l'impératif de création de valeur, sont considérés comme l'un des moyens de contrer les conflits d'agence et de faire converger les intérêts des dirigeants avec ceux des actionnaires (Desbrières, 1999). Sur le plan empirique, la relation entre la publication volontaire et la distribution de stock options aux dirigeants a fait l'objet de nombreuses études. Nagar et al. (2001) ont réalisé une étude sur 1129 entreprises américaines. Ils montrent que la publication volontaire est liée à l'existence de plans d'intéressements basés sur les prix d'actions. La rémunération par l'attribution de stock-options permet aux actionnaires d'atteindre le niveau de publication souhaité sur le marché.

Miller et Piotroski (2000) confirment ce résultat sur la base d'un échantillon de 200 entreprises américaines. La distribution de stock-options influence favorablement la publication d'informations prévisionnelles. Le même résultat est observé dans une étude réalisée par Klassen et Mawani (2000) au Canada. Sur la base d'un échantillon de 327 sociétés de 1993 à 1995, leurs résultats soutiennent l'idée que les contrats d'incitation des dirigeants influencent la décision de publier des informations additionnelles au Canada. Par conséquent, notre dernière hypothèse est :

***H5 : Il existe une relation positive entre la rémunération des dirigeants sous forme de stock-options et la publication volontaire des entreprises.***

### **3.2. Les publications volontaires et les caractéristiques des entreprises**

De nombreuses études ont associé la publication volontaire aux caractéristiques des entreprises ; nous citons : Debrecey et al. (2002), dans un contexte international ; Lang et Lundholm (1993), Miller et Piotroski (2000) parmi d'autres, aux États-Unis ; Xiao et al. (2004) en Chine ; Firth (1979) en Grande-Bretagne ; Wallace et al. (1994) en Espagne ; et Raffournier (1995) en Suisse. Ces caractéristiques englobent : la performance, la taille de la firme, le secteur d'activité, l'endettement et la cotation sur les marchés étrangers. Celles-ci seront introduites dans nos modèles en tant que variables de contrôle.



### ***La performance de l'entreprise :***

La nature favorable des informations publiées est le premier facteur retenu pour justifier les publications volontaires. Cette hypothèse est avancée en théorie dans les modèles analytiques de Verrechia (1983) et Dye (1985). Elle a été testée par plusieurs recherches empiriques. L'étude réalisée par Miller(2002) sur un échantillon de 80 entreprises a permis d'identifier l'influence de la performance des entreprises sur le choix de la publication des informations prévisionnelles. L'auteur montre que la publication des prévisions et le niveau de performance sont positivement associés. Ce constat a été justifié également par Miller et Piotroski (2000). Les entreprises ayant enregistré une croissance de leurs résultats offrent volontairement des informations prévisionnelles. En effet, l'amélioration de la performance fait émerger une nouvelle demande d'informations de la part des investisseurs (Kaszniket al. 2001).

***H<sub>6</sub> : Il existe une relation positive entre la performance et la publication volontaire des entreprises***

### ***La taille de l'entreprise :***

Les études antérieures attestent unanimement l'existence d'une relation positive et significative entre la taille et l'étendue des publications de l'entreprise. Elles ont montré en effet l'influence primordiale de la taille de l'entreprise sur la publication volontaire d'informations financières (Debreceenyetal. 2002 ; Kasznik et Lev, 1995 ; Raffournier, 1995 ; Lang et Lundholm, 1993 ; Miller et Piotroski, 2000; Kaszniket al. 2001; Sofferet al. 1999; Firth, 1979). Les entreprises de grande taille ont le plus souvent des structures dispersées avec des proportions importantes en investisseurs institutionnels. Par ailleurs, la diffusion régulière d'informations peut s'avérer coûteuse pour les entreprises de petite taille.

***H<sub>7</sub>: Il existe une relation positive entre la taille de l'entreprise et la publication volontaire des entreprises***

### ***Le secteur d'activité :***

De nombreuses études, dont Dye et Sridhar (1995), Havenet al. (2002) et Kasznik et Lev (1995), ont montré que la fréquence des publications volontaires est associée à l'appartenance sectorielle. Les entreprises appartenant aux secteurs sujets à une volatilité de prix et à une fluctuation importante des bénéfices, tel que le secteur des hautes technologies, sont amenées à publier leurs résultats plus fréquemment que les entreprises faisant partie de secteurs assez stables. D'après, Wallace et al. (1994), le niveau de publication diffère selon les industries. Les auteurs montrent toutefois que l'appartenance sectorielle n'a pas d'effet sur la décision de publication d'informations additionnelles. Les variables industrielles correspondent à des variables dichotomiques et sont introduites dans nos analyses pour contrôler les effets d'appartenance sectorielle.

***H<sub>8</sub>. Plus le risque concurrentiel est élevé, plus l'étendue de la publication volontaire des entreprises est faible.***

### ***L'endettement :***

La relation entre le niveau d'endettement et l'offre volontaire d'informations est assez controversée en littérature. Les études empiriques aboutissent à des résultats assez divergents. Alors que certains auteurs ont montré que les publications volontaires sont associées positivement au niveau d'endettement (Xiao et al. 2004; Lang et Lundholm, 1993 ; et Raffournier 1995), d'autres prônent une relation négative entre les publications volontaires et l'endettement de l'entreprise (Wallace et al., 1994 ;Eng et Mak, 2003).

Les publications volontaires augmentent avec le levier financier. Selon le problème des free cash flow de Jensen (1986), les dirigeants ont tendance à investir dans des projets à faible performance. Afin de réduire les bénéfices privés à la disposition du dirigeant, les actionnaires



vont obliger les entrepreneurs à accumuler les dettes en leur fournissant des informations additionnelles. Ils améliorent ainsi la transparence de l'entreprise sur le marché. Cependant, d'après Eng et Mak (2003), les entreprises sont souvent recourus au financement par les dettes afin de réduire les bénéfices privés restant à la disposition des dirigeants (le rôle disciplinaire de la dette). L'endettement est ainsi considéré comme un substitut à la publication volontaire. Les études antérieures n'aboutissant pas à des résultats convergents, nous n'avons pas anticipé le signe de cette variable.

***H<sub>9</sub>. Plus le niveau d'endettement privé de l'entreprise est élevé, plus la publication volontaire sera faible.***

***H<sub>10</sub>. Plus le niveau d'endettement public est élevé, plus la publication volontaire sera importante.***

## **Conclusion :**

Les différents scandales financiers qu'ont connus des pays de l'Europe et les États- Unis au cours des années 2000 (Vivendi Universal, Enron, Worldcom, etc) ont provoqué une véritable crise de confiance en l'information communiquée par les entreprises. Suite à cela, les gouvernements de différents pays ont pensé à l'amélioration de la qualité de la communication financière afin de rétablir la confiance du public, des épargnants et des investisseurs sur les marchés boursiers.

L'information comptable standard demeure insuffisante en matière d'appréciation de perspectives de l'entreprise et de la désagrégation des données (par segments) qui est très utile. De même, les limites des informations normées et règlementées liées à la rigidité des règles et à l'application de certains principes (nominalisme), nécessitent la recherche de compléments utiles.

Compte tenu de l'internationalisation des activités : cotation sur des places étrangères, exportation ..., l'environnement de l'entreprise est élargi. Elle se trouve confrontée à des acteurs exigeant des informations conformes à certains standards de qualité. Il en résulte la tentation de diffuser plus d'informations. Les informations volontaires présentent une utilité considérable. Les vecteurs Internet occupent une place croissante qui modifie le paysage de la communication financière volontaire. Grâce à ces moyens, la communication des sociétés est facilitée et le profil de communication est élargi à des éléments qualitatifs.

Le thématique de la divulgation volontaire est extrêmement large et les travaux qui lui sont consacrés n'affichent pas des résultats toujours homogènes. Cette hétérogénéité peut avoir plusieurs causes tenant à la mesure de la divulgation, à des différences dans la définition des variables explicatives et dans le projet de recherche (Kamran et Courtis, 1999). Le type d'entreprises étudiées influe aussi sur les résultats obtenus (Wallace, Naser et Mora, 1994).

L'objet de la présente recherche est d'établir un modèle permettant d'évaluer l'impact du passage aux normes IFRS sur la communication financière volontaire des groupes marocains ayant optés pour ledit référentiel, à travers la mesure du niveau de publication volontaire pendant la période pré/post transition, par la suite rapprocher ses résultats avec les déterminants de la communication financières des entreprises à savoir les caractéristiques du conseil d'administration (taille, indépendance, cumul de fonctions, existence de comités spécialisé et périodicité des réunion), la structure du propriétés ( concentration de l'actionnariat, actionnariat institutionnelle, actionnariat managerielle, actionnariat salariale et actionnariat publique) et la présence des contrats de stocks options, en vue d'expliquer le comportement des grandes entreprises marocaines en matière de la communication financière volontaire.

Nous avons ainsi proposé dans un premier temps un modèle permettant de mesurer la publication volontaire des sociétés sur la base d'un indice (appelé également score) en se référant aux études empiriques antérieure réalisé sur les contexte hors américain, par la suite nous avons proposé un modèle théoriques portant sur des variables explicatives relatives au

mécanismes de gouvernement d'entreprises ( issue du cadre théorique de la recherche) et des variables de contrôle issues des études empiriques à savoir, la performance, la taille, le secteur d'activité et l'endettement ( privé et publique ) .

## Références

- (1) AHSINA K. & al (2014). L'impact de l'adoption des IFRS sur les sociétés cotées à la bourse de Casablanca : une étude exploratoire.
- (2) AHSINA K. TAOUAB O. (2017) y'a-t-il vraiment un besoin pour changer de référentiel comptable au Maroc? la prétendue value relevance des normes comptables IFRS
- (3) BAGHAR, N. (2019). La communication financière des entreprises cotées au Maroc: une analyse des sites Internet. La Revue Marocaine de Contrôle de Gestion, (8).
- (4) Chekkar, R., & Onnée, S. (2006). Les discours managériaux dans le processus de communication financière: une analyse longitudinale du cas Saint-Gobain. Entreprises et histoire, (1), 46-63.
- (5) De Bruin, R. (1999). Communication financière: image & marketing de l'entreprise. Editions Liaisons.
- (6) De Teyssier, F. (1998). Milieux financiers et communication. FeniXX.
- (7) DECLERCK, F., & MARTINEZ, I. (2004). Informations volontaires et microstructure des marchés financiers: quel impact sur le marché des titres NextEconomy et NextPrime?. Cahier de recherche no, 2004, 161.
- (8) DEPOERS F.(1999), « Contribution à l'analyse des déterminants de l'offre volontaire d'information des sociétés cotées », thèse de sciences de gestion, Université Paris IX Dauphine
- (9) EL HAMZA M. (2008). Les déterminants de l'adoption des normes IFRS par les sociétés cotées à la bourse de Casablanca
- (10) ERIC Demolli, DOMINIQUE Dufour (2007). Divulgence financière et transition au IAS-IFRS contenu et déterminants,
- (11) FATEN LAKHAL (2006).les mécanismes de gouvernement d'entreprise et la publication des résultats en France
- (12) Gibbins, M., Richardson, A., & Waterhouse, J. (1990). The management of corporate financial disclosure: opportunism, ritualism, policies, and processes. Journal of accounting research, 28(1), 121-143.
- (13) HEGER Gabteni (2011). Construction d'un score de publication volontaire entendu comme une mesure de la communication financière en période pré/post IFRS.
- (14) MARCHOUD, N. (2015). Responsabilité sociétale et communication d'entreprise. Revue Interdisciplinaire, 1(1).
- (15) Nejjar W (2011) « Contribution à l'analyse des mécanismes de la gouvernance explicatifs de la qualité de la communication financière : cas des entreprises de SBF 120 » Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université d'Orléans.
- (16) NEJJAR, W. N. (2017). Indice de mesure de la qualité de la communication financière: cas des entreprises marocaines cotées. Revue des Etudes Multidisciplinaires en Sciences Economiques et Sociales, 2(2).
- (17) NOUREDDINE MARCHOUD (2018).la communication financière des entreprises marocaines entre réglementation et pratiques managériales,